

# 韓国人，日本人，および日本在住韓国人を対象とした 色彩選好と思考スタイルとの関連性

車貞玖，横田正夫\*，三星宗雄\*\*

(日本大学人文科学研究所，\* 日本大学文理学部心理学科，\*\* 神奈川大学人間科学部人間科学科)

## 1. はじめに

色彩選好の要因として，知覚的效果，時代的背景，文化的環境，経験や学習，年齢や性別，パーソナリティなどが指摘される。その中で，知覚的效果，文化的環境，経験や学習との関連から検討をした結果，色彩選好の要因には知覚的效果が強いが，文化的環境，経験や学習の効果も見出された(車，2005；車，野口，2005；차정민，노구찌가오르，2006；차정민，요코다마사오，2007；차정민，요코다마사오，2008)。すなわち，韓国は日本より鮮やかな色調に対する選好が高く，日本は韓国より青色と無彩色に対する選好が高かった。また，韓国と日本の美術関係者の被験者群は常に無彩色に対する選好が高く，美術の専門的学習経験は無彩色に対する選好に影響を及ぼすことが見出された。ここで韓国の黄色を含んだ鮮やかな色調に対する選好が常に高かった背景はどこにあるのかという新しい疑問点として浮かび上がった。

一方，韓国と日本は地理的に近く，最近「韓流ブーム」という言葉があるほど韓国に対する日本人の関心も高まっており，韓国と日本の各分野での交流も活発になっている。そのなか，韓国人と日本人の思考スタイルや習慣あるいは心理において，当然ながら異なる場合もあり，お互いによく理解できなかったために生じるトラブルもありうる。特に，企業や商業分野なら，なおさらであろう。実際，韓国と日本のインターネットへ載せられた無名の文書などから，お互いの考え方に関して理解できなかったという苦労話が見つかったりする。

このような点を考慮すると，色彩選好が両国人のパーソナリティ（の違い）に関連している可能性があるが，学術的検証は十分ではない。パーソナリティと色彩選好との関係に関しては，主観的側面が強く強調される場合があり，客観的方法を用いて得られたデータの蓄積がさらに要求されるところである。

そこで本研究では，色彩選好の要因の1つであるパーソナリティに注目し，韓国人と日本人における色彩選好と思考スタイルを調査した。まず，色彩を選好する心理と人の考えるスタイルがどのような関連があるのかを検討することが第1の目的である。

次に，韓国人と日本人の色彩選好の比較および韓国人と日本人の思考スタイル比較を通した相互理解について考察することが第2の目的である。さらに母国を長期間離れ，日本の環境に身を置いている韓国人の色彩選好と思考スタイルも比較した。これを通して色彩選好傾向が国民性固有の傾向なのか，文化的環境の影響により変わる可能性があるのか，を検討することが第3の目的である。

## 2. 研究方法

### 2.1. 調査参加者

1. 韓国人群：ソウル市に居住する社会人 71 名（男 34 名，女 37 名，平均年齢 38.0 歳 [ $SD=4.2$ ], 30 代：43 名，40 代：26 名，50 代：2 名，保険，コンピューターの部品製造，貿易，携帯電話製造，デザイン，法務，税務，不動産などのビジネス分野）。

2. 日本人群：東京都に居住する社会人 70 名（男 35 名，女 35 名，平均年齢 41.5 歳 [ $SD=8.2$ ], 30 代：27 名，40 代：29 名，50 代：14 名，建築，コンピューター，出版，デザイン，人材派遣，一般事務，化学コンサルティングなどのビジネス分野）。

3. 日本滞在韓国人群：東京都に居住する社会人 70 名（男 32 名，女 38 名，平均年齢 40.6 歳 [ $SD=5.3$ ], 30 代：22 名，40 代：43 名，50 代：5 名，建築，コンピューター，保険，自動車，研究，出版，不動産，食品，一般事務，美容，デザインなどのビジネス分野）。

### 2.2. 調査 1 色彩選好

#### 2.2.1. 刺激色彩

日本色研配色体系（PCCS）の赤（R），黄（Y），緑（G），青（B），紫（P）の基本 5 色相ごとにうすい色調（pale tone），鮮やかな色調（vivid tone），暗い色調（dark tone）の 3 色調を選び，白（N 9.5），灰色（N 6.5），黒（N 1.5）を含め，全 18 色にした。このような使用色抽出は，先行研究（車・野口，2005 a; 車・野口，2005 b）にしたがったものである。具体的な色彩刺激としては日本色彩研究所監修専門家用色紙（配色カード 199 c）を用いた。18 色（各 6 cm×6 cm）は，各々 1 枚ずつ，灰色（N 5.5，18 cm×13 cm）の背景紙の中央に貼り付けた。色彩刺激の Munsell 値を表 1 に示す。

#### 2.2.2. SD 評価尺度

18 色の色彩に対する [好き - 嫌い] を含んだ 11 項目の評定を，7 段階の SD 尺度を用いて測定した。図 1 として示す。

#### 2.2.3. 手続き

18 色の色彩刺激は，ランダムな順にして 1 つの束に結わえた。また，その順序は 2 種類とした。調査参加者は，色彩刺激の印象に関して，18 枚の色彩カードを一枚ずつめくりながら，評価を行った。

#### 2.2.4 調査期間

韓国における調査は，2009 年 3 月に第一著者が直接訪問して，または調査先の代表者へ依頼して行った。日本における調査は，2009 年 4 月～7 月にかけて，同じく第一著者が直接訪問して，または調査先

表 1. 色彩刺激の Munsell 記号

pale tone	vivid tone	dark tone	achromatic
5Y9.0/3.0	5Y8.0/13.0	5Y4.0/5.5	N 9.5
4R8.0/3.5	4R4.5/14.0	4R2.5/6.0	N 6.5
3G8.0/3.0	3G5.5/11.0	3G3.0/4.5	N 1.5
3PB7.5/3.0	3PB3.5/11.5	3PB2.0/5.0	
7P7.5/3.0	7P3.5/11.5	7P2.0/5.0	

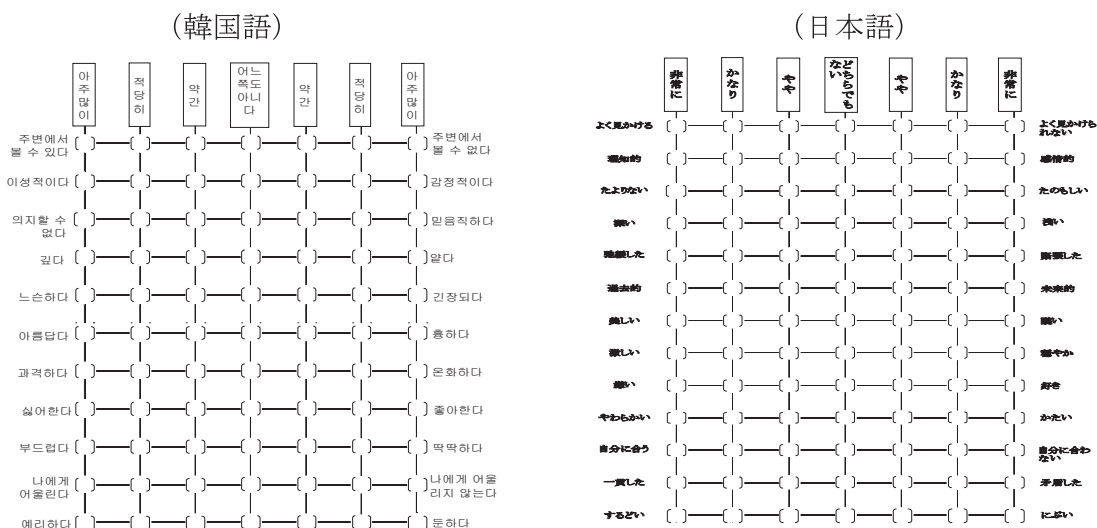


図 1. 調査 1 で用いた SD 尺度

の代表者へ依頼，郵便による返送の方法を用いた。調査 2 である思考スタイルに関する設問紙も同時に調査した。

## 2.3. 調査 2 思考スタイル分類

### 2.3.1. 思考スタイル分類

企業や商業分野で使用可能とされる測定設問紙 (Rhodes & Thame (1988, 金子一雄訳 (1991)) を用いた。Rhodes らが提案した思考スタイル分類測定設問の韓国語訳において，日本で人文科学を専門として研究している韓国人研究者 3 名から，韓国人の情緒において無理がない内容であることを確認してもらった。提示された測定手続きに従い結果を求め，9 種類の思考スタイル (強い傾向) として分類した。9 種類のスタイルに関して，簡単にまとめた特徴を表 2 に示す。人の思考スタイルは，3 つのコード (Blue, Green, Red)<sup>1</sup> と，2 つのモード (hard, soft) として分類されるが，3 つのコードと 2 つのモードのなかで，どの側面が強く意識されるかによって，9 種類の思考スタイルに分かれる。たとえば，B (Blue) 思考スタイルの特徴を簡単に要約して表すと，「判断や決断」を象徴するが，hard 的傾向が強いと「客観性と論理に基づいた判断」をしやすく，soft 的傾向が強いと「主観的価値に基づいた判断」をしやすい。アイデアを象徴する G (Green) 思考スタイルと，事実的情報を求める R (Red) 思考スタイルにおいても，hard モードである場合と soft モードである場合によって思考スタイルの表出が異なる。このような相手の思考スタイルをよく理解することは，人間関係のなかで起きるさまざまな葛藤の有効な解決に役立つであろう。

<sup>1</sup> この色名は，色彩選好とは関係はない。ただ，思考スタイルのタイプの名前として付けられているだけである。

表 2. 9 種類の思考スタイルの特徴：強い傾向  
(Rhodes & Thame (1988, 金子一雄訳 (1991) からの抜粋)

スタイル	特徴
<b>B</b>	判断を下し、決断することを象徴。選択肢をしばり込み、決断を下す最後の一点へと向かって突き進むのである。R 思考や G 思考の手綱を取って、両者を自分の目指す目標に向けて機能させ、必要なアイデアと情報を手に入れる。そして、それらをすべて秤にかけて最終的な判断を下し、行動へと踏み切る。
<b>hard B</b>	明晰な論考にある。それゆえ、純粹に論理的な思考として、多くの学者たちになり重要視されている。hard B によって下される判断は、入手できるあらゆる確固たる事実 (hard Red) をもとに、私的偏見を排した公正で客観的な推論を一步步つ論理的に進めることによって、得られるものである。
<b>soft B</b>	hard B とは対照的に、1 つの結論を導き出す原動力は、個人の解釈であり、個人の価値観である。個人的な情熱によって、または、教育や自らの属する社会に影響された価値観や信条によって、自分の目指すべきもの、自分にとっての理想を決定する。soft B 思考は、自分の価値観こそが、行動の指針であり、進むべき道を示した地図であり、また動機、意図、判断基準である。hard B 思考による適切な抑制が必要である。
<b>G</b>	未知のもの、いまだ見ぬ未来、そして実現するかどうかわからない可能性を象徴する。G 思考のときは、実際の行動とは無関係にアイデアをあれこれ生み出すために心を使っているのである。この場合、そうしたアイデアを現実に取り上げ、実現させるかどうかは別の問題となる。結果として現状を脅かす場合もあるので、悪くすると誤解され、その芽を摘み取られかねない。しかしこの思考は同時に、面白く楽しいアイデアを生み出す、創造の源泉でもある。
<b>hard G</b>	創意工夫を凝らすことによって新しいものを作り出すことが、その本質である。ゴールにたどり着くコースを、あらかじめこちらから、内から外から、上から下から、とにかく 1 つでも多く探し出そうとする。問題に対し、水平思考型の対応をするといえる。何かを改善しようとしているときには、必ず、この思考が使われている。
<b>soft G</b>	アイデアの源泉を、夢想到求める。したがって、どこか現実離れた、夢見心地な思考だといえる。あまりに「度はずれた」思考でもあるために、一般の人々には受け入れられないこともある。直感にしたがってひたすら突き進んでいく。soft G 傾向が強い人は、自分は自分自身よりもっと大きな何かと「対話」しているのだとか、アイデアは自分自身で作出すというよりは、何かに「与えられる」ものだというような言い方をよくする。
<b>R</b>	真実 (実際に起こったことや、すでに知られていた事柄) を象徴する。つまり R 思考は、人や物や世界についての情報を追求する働きを持っているのである。この思考は、事実や数字を収集し、それを秩序立ててまとめることを使命とする。さらに、現実を前にして的確な印象をとらえ、それを正しく伝達することを目指す性質がある。測定不可能な印象や、どこか漠然とした印象もその対象の例外ではない。R 思考は、コミュニケーションのコードでもある。他人と触れ合いたい、そしてあらゆる種類の情報を交換することによって互いの理解を深め協力しあいたいという、人間の自然な欲求がある。
<b>hard R</b>	有形の現実について詳細を見極め、熟知し、それを新たな知識に断片として、人類が営々として築き上げてきた膨大な知識体系の中に組み入れるのである。この思考によってこそ、人間は自分たちを取り囲む世界、そして自分たち自身について知ることができるのである。ときに何ヶ月も何年もかけて情報を収集し蓄積していく。これはきわめて骨の折る作業であり、この結果が 1 つの実を結ぶまでは、言い知れぬ忍耐が必要である。
<b>soft R</b>	この思考は、真実に含まれた本当の意味、つまり表面的な意味ではなく、表面に隠された真の意味をつかみ取り、伝達することを使命とする。真実を瞬間にしてとらえる能力に長けているため、人の本性や場所の性質を素早く見抜き、人の態度やしぐさ、またはその場の雰囲気から真意や実情をとっさに読み取るのである。さらにこの思考は、しばしばものごとの全体を同時にみとる。こうした特性を備えた soft R 思考は、定量的な hard R 思考に対し、どちらかといえば定性的な思考だといえる。

## 2.4. 分析方法

色彩選好と思考スタイルの関連を検討するため、まず、全参加者 211 名の中、記入漏れがあった 3 名を除く 208 名における調査 2 の結果 (強く表出される思考スタイル 9 群) を分類した (表 3)。その後、分類された思考スタイル 9 群における色彩選好を比較した。すなわち、調査 1 の色彩選好に関する項目「好き - 嫌い」に対する評点を用いて、ANOVA (Analysis of Variance) 統計応用ソフトで 2 要因分散分析を色相と色調別に (強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 群) × 色相 (18 色), 強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 群) × 色調 (3 色調)) 分けて行った。

次に、色彩選好と思考スタイルの関連において 3 被験者群 (韓国人, 日本人, 日本滞在韩国人) による文化的環境も検討するため、調査 1 の色彩選好に関する項目「好き - 嫌い」に対する評点を用いて、ANOVA (Analysis of Variance) 統計応用ソフトで 3 要因分散分析を行った (強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 被験者群) × 色相 (18 色))。その際、ANOVA 統計ソフトで許容されるデータ量に限界があったので、色調別に分けて分析した。つまり、はじめに、無彩色と思考スタイルと文化的環境との関連を検討し (強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 被験者群) × 無彩色 (3 色)), 次に、pale tone と思考スタイルと文化的環境との関連を検討し (強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 被験者群) × pale tone (5 色相)), 3 番目に vivid tone と思考スタイル・文化的環境との関連を検討し (強く表出される思考スタイル (9 群) × 文化的環境 (3 群) × vivid tone

(5色相)), 4番目に dark tone と思考スタイルと文化的環境との関連を検討した(強く表出される思考スタイル(9群) × 文化的環境(3被験者群) × dark tone(5色相))。参考として, 思考スタイル9群における色彩選好の平均得点を表4に, 韓国と日本, 日本滞在韓国の3被験者群における色彩選好の平均得点を表5として示す。

表3. 強く表出される思考スタイルの人数

思考スタイル	日本人	韓国人	日本滞在韓国人	合計
B	1	3	3	7
hard B	5	13	11	29
soft B	4	8	8	20
G	2	3	1	6
hard G	4	4	5	13
soft G	10	2	10	22
R	3	4	2	9
hard R	27	19	14	60
soft R	13	13	16	42
計	69	69	70	208

表4. 思考スタイル別の平均色彩選好得点

	B群	hard B群	soft B群	G群	hard G群	soft G群	R群	hard R群	soft R群
white	5.5	5.4	5.2	6.7	5.5	6.4	5.9	5.9	5.7
gray	4.8	3.9	3.2	2.7	5	3.6	4.4	3.9	4.1
black	4.4	4.5	4.2	3.3	5.3	4.6	5.2	4.4	4.9
pale yellow	4	5.1	5.5	5.6	4	4.8	5	5.1	4.7
pale pink	4.5	4.4	4.8	5.8	3.9	5.4	4.5	4.8	4.7
pale green	4.3	4.5	4.8	5.3	4.3	4.9	4.2	4.7	4.6
pale blue	4.1	4.4	4	4.5	4.5	4.2	4.2	4.6	4.7
pale purple	3.8	3.7	3.4	3.1	4.3	4.9	3.2	4	4
vivid yellow	4.4	5.2	5.2	6.2	3.7	4.9	5.5	5.2	5
vivid red	4	3.9	4.7	4.2	4.3	4.8	5	4.5	4.7
vivid green	4.9	4.7	5.3	6.4	4.8	5.5	5.8	5.3	5.6
vivid blue	5.2	5.1	5.1	5.5	4.8	5.6	5.9	5.2	5.2
vivid purple	5.3	3.8	3.9	6	3.7	5.2	4.5	4.8	4.7
olive	3.1	3.1	2.5	4.4	3.4	2.4	3.9	3.2	3.4
dark red	3.8	3.8	3.4	3.6	4.4	3.8	4.1	4.3	3.6
dark green	4.6	4.2	3.7	4.8	4.5	3.2	4.8	4.2	4.6
dark blue	4.8	3.9	3.8	4	4.3	4.8	4.8	4.3	4.4
dark purple	4.1	4.1	3.6	4.1	3.9	3.8	3.8	4.3	3.8

表 5. 文化的環境別の平均色彩選好得点

	韓国人群	日本人群	日本滞在 韓国人群
white	5.8	5.7	5.9
gray	3.8	4.3	3.8
black	4.9	4.8	3.9
pale yellow	5	4.7	4.9
pale pink	4.9	4.6	4.9
pale green	4.5	4.6	4.7
pale blue	4.6	4.6	4
pale purple	4.4	3.9	3.2
vivid yellow	5.5	4.6	4.9
vivid red	4.9	4.2	4.2
vivid green	5.7	4.9	5.2
vivid blue	5.4	5.4	4.7
vivid purple	5.1	4.4	4.4
olive	3.1	3.6	3.1
dark red	4	4.1	3.5
dark green	4.1	4.7	4
dark blue	4.8	4.6	3.7
dark purple	3.9	4.2	3.6

### 3. 結果と考察

#### 3.1. 色彩選好と思考スタイルとの関連

**思考スタイル**: 全体的に, hard R 思考スタイルと soft R 思考スタイルが多かった (表 4 参照)。また, G 系列の思考スタイルが少なかった。そして, hard 傾向と soft 傾向が均等な場合に比べて, どちらか一方へ傾いた思考スタイルが一般的である結果が得られた。Rhodes ら (1988) によると, R 系思考の本質は, 人や世界に対して情報を追究する特徴をもつ。つまり, 事実やデータを収集しそれを秩序立てて整理することを使命とする思考である。そのような R 思考に hard mode 傾向が強くなると, 集めた情報を分類し, 結果が出るまで新しい知識を蓄積していく。得られた結果が 1 つの実として結ばれるまでは相当の忍耐力が必要であるが, このような作業は hard R 思考の活動である。soft R 思考は, 表面的に見える隠された情報に対する意味をつかむときに必要な思考である。例えば, 他人の表情や態度だけで, 人の本性を見抜く場合やある場所において表面化されてない微妙な雰囲気や実情の真意をつかんだりするときに使われる。hard R 傾向であれ, soft R 傾向であれ, その本質は真実を追究することである。このように, 事実や真実を追究する思考傾向 (R 系) が強いという結果は, 現代の韓国と日本社会 (ビジネス分野) において必然的に要求される思考傾向であることと関連があるだろう。裏を返せば, R 系思考が弱い傾向をもつ現代人は (韓国と日本において), 社会のなかで孤立している可能性があると推測される。また, アイデアの源泉が特徴である G 系列思考スタイル傾向は, 韓国と日本社会では一般的ではないと解釈される (ただし今回調査対象である企業や商業分野に限って)。

3 要因 (色彩選好, 思考スタイル, 文化的環境) の分散分析結果から, 韓国人群, 日本人群, 日本滞在韓国人群の特徴を見てみると, 無彩色に対して思考スタイルと文化的環境の相互作用 ( $F(16,181)=1.853, p<.05$ ), 無彩色に対して B 思考スタイルと文化的環境 ( $F(2,181)=3.778, p<.05$ ), 無彩色に対して G 思考スタイルと文化的環境 ( $F(2,181)=5.172, p<.01$ ), 無彩色に対して hard G 思考スタイルと文化的環境 ( $F(2,181)=3.893, p<.05$ ) において有意な差がみられた。また, pale tone に対して B 思考スタイル



と文化的環境 ( $F(2,181) = 3.223, p < .05$ ), dark tone に対して soft B 思考スタイルと文化的環境 ( $F(2, 181) = 3.774, p < .05$ ), dark tone に対して soft G 思考スタイルと文化的環境 ( $F(2,181) = 3.678, p < .05$ ) において有意な差がみられた。多重比較を行なったところ、韓国人群のなかで soft B 思考の傾向が強い被験者群は dark tone に対する評価が高く、日本人群のなかで hard R 思考の傾向が強い被験者群は無彩色に対する評価が高かった。また、日本滞在韓国人群のなかで B 思考が強い被験者群は無彩色に対する評価が高かった。

**色相と思考スタイルの関連:** 色相との関連を検討した 2 要因分散分析の結果によると、色相 ( $F(17,3383) = 24.905, p < .001$ ) の主効果があり、色相と思考スタイルの間には有意な相互関係は認められなかった。しかし、部分的にいくつかの色相において有意な関係が得られた。色調別に分けて検討した結果から、black と思考スタイル ( $F(8,543) = 2.127, p < .05$ ), gray と思考スタイル ( $F(8,543) = 3.016, p < .001$ ), vivid yellow と思考スタイル ( $F(8,905) = 2.645, p < .01$ ), vivid purple と思考スタイル ( $F(8,905) = 3.383, p < .001$ ), pale yellow と思考スタイル ( $F(8,905) = 1.949, p < .05$ ), olive と思考スタイル ( $F(8,905) = 2.048, p < .05$ ) において有意な差がみられた。多重比較を行なったところ、hard G 思考スタイル群は black と gray に対する選好が非常に高く、pale yellow, vivid yellow, vivid purple に対する選好が非常に低かった (図 2, 3, 4, 5)。すなわち、創造的なアイデアを現実的に実現しようとする思考スタイル (hard G 思考) の被験者は、black と gray に対する選好が高くなり、vivid yellow を含めた鮮やかな色調に対する選好は低くなることが示唆された。色彩選好について美術の専門的学習との関連から検討した先行研究 (車, 2005) の結果から、韓国と日本の美術関係者群は、韓国と日本の非美術群より無彩色に対する選好が高い結果が得られたが、美術関係者群は創造的なアイデアを現実的に実現することを仕事にしている集団であることを勘案すると、今回の結果と同じである。

また、G 思考スタイル群で vivid yellow, vivid purple に対する選好が高く、soft B 思考スタイル群で pale yellow に対する選好が高かった。このことから、個人的価値観によって判断を下す (soft B) 人は、pale yellow に対する選好が高くなる可能性があり、現実的な実現とは必ずしもつながらないが、未知の新しいアイデアや創造的閃き (G) が強い人は、vivid yellow, vivid purple に対する選好が高くなった。次に、olive (dark yellow) は思考スタイルと関係なく全体的に選好率が低かったが、このような olive (dark yellow) に対する低い選好率は soft G と soft B 思考スタイルでさらに低かった。つまり、現実的には不可能な事も直感に従って突進し、いつも夢を追う思考傾向 (soft G) の場合と、自分の価値観や信条によって判断し行動する思考傾向 (soft B) の場合、暗い黄色 (dark yellow) をさらに避けるようになるようである。

**色調と思考スタイルの関連:** 色調との関連を検討した 2 要因分散分析の結果によると、色調 ( $F(3,597) = 32.0415, p < .001$ ) の主効果があり、色調と思考スタイルの間で有意な相関が認められた ( $F(24,597) = 1.552, p < .05$ )。色相では有意な相関が認められなかった思考スタイルとの関連が、色調の間では有意な相関が得られた結果から、人間の思考スタイルを色彩と結びつけて推測する際、色相を各々問題とするより全体的な雰囲気 (色調) との関連を調べた方が有効であると考えられる。文化的環境との関連から検討した 3 要因分散分析を通して、どの色調とどの思考スタイルの間に強い関連が作用するかに対して確認した結果、pale tone と soft B 思考スタイル ( $F(4,724) = 5.064, p < .001$ ), pale tone と G 思考スタイル ( $F(4,724) = 9.683, p < .001$ ), pale tone と R 思考スタイル ( $F(4,724) = 3.172, p < .05$ ), vivid tone と hard B 思考スタイル ( $F(4,724) = 3.284, p < .05$ ), vivid tone と soft B 思考スタイル ( $F(4,724) = 2.484, p < .05$ ), vivid tone と G 思考スタイル ( $F(4,724) = 5.656, p < .001$ ), dark tone と soft G 思考スタイル ( $F(4,724) = 5.252, p < .001$ ), 無彩色と思考スタイル ( $F(16,362) = 2.175, p < .01$ ) から密接な相関が認められた。多重

比較を求めたところ、soft B 思考スタイル群、G 思考スタイル群、R 思考スタイル群は、pale yellow, pale red に対する選好率が高く、一方 pale blue, pale purple に対する選好率が非常に低かった。また、hard B 思考スタイル群は vivid yellow, vivid blue に対する選好率が高く、一方 vivid purple に対する選好率が低かった。また、soft B 思考スタイル群は、vivid green, vivid yellow に対する選好率が高く、vivid purple に対する選好率が低かった。G 思考スタイル群は、vivid yellow, vivid purple に対する選好率が顕著に高く、vivid red に対する選好が低かった。また、soft G 思考スタイル群は、dark tone なかでも dark blue, dark purple に対する選好率は高かったが、olive に対する選好率は非常に低かった。

以上の結果をまとめると、black, gray (以上無彩色), yellow, purple (以上有彩色の色相), pale tone, vivid tone (以上トーン) において特に思考スタイルとの関連性があると考えられる。すなわち、色相との関連からも検討したように、hard G 思考スタイルの傾向がある人々は black と gray に対する選好率が高く、vivid tone に対する選好率が低かった。また、soft B 思考と G 思考スタイルの傾向がある人々は pale yellow に対する選好率が高いと指摘できる。White, blue, green, olive, dark tone と思考スタイルとの関連性は密接ではないようだ。すなわち、精神的に健康な一般人であるならば、思考スタイルと関係なく white, blue, green に対する選好率が高いと考えられる。また、olive, dark tone に対しては、一般的に低い選好傾向を示すと考えられる。

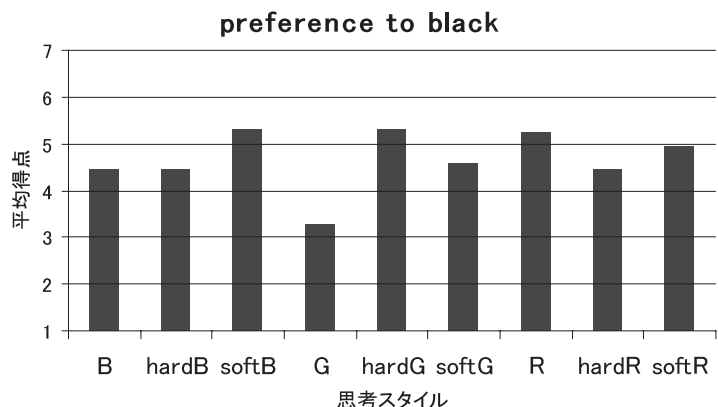


図 2. black の選好に対する思考スタイル別比較

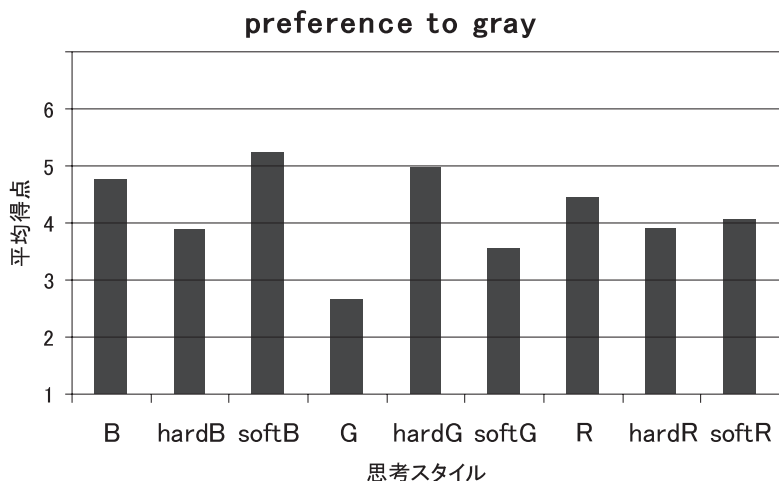


図 3. gray の選好に対する思考スタイル別比較



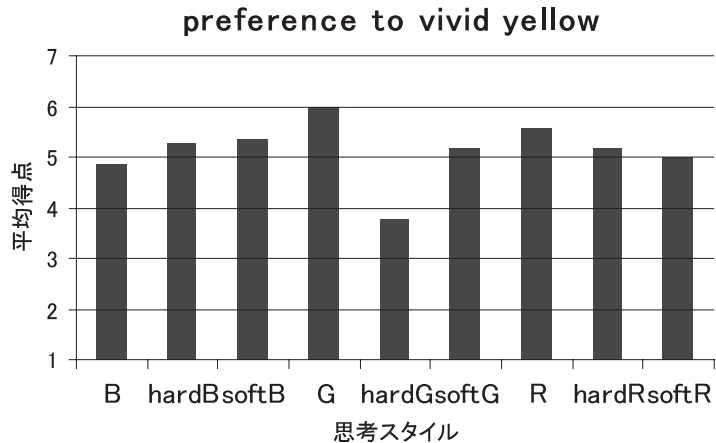


図 4. vivid yellow の選好に対する思考スタイル別比較

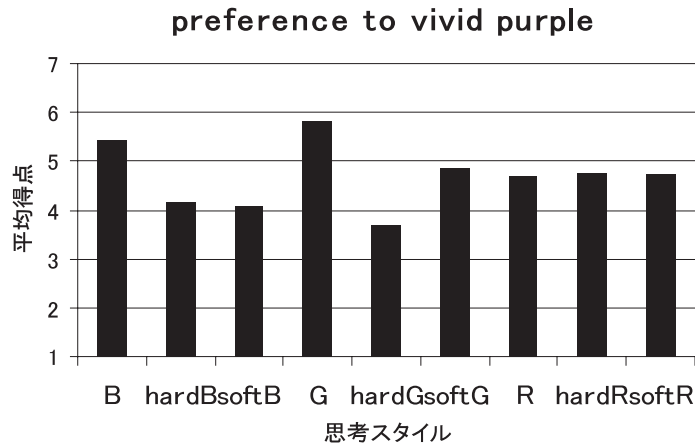


図 5. vivid purple の選好に対する思考スタイル別比較

### 3.2. 色彩選好と文化的環境との関連—韓国と日本の色彩選好比較—

色彩選好と思考スタイル、文化的環境の3要因分散分析の結果によると、pale toneと文化的環境 ( $F(8,543)=2.049, p<.05$ ) の相互作用、pale purpleと文化的環境 ( $F(2,905)=6.196, p<.01$ )、pale toneと日本人群 ( $F(4,724)=2.527, p<.05$ )、pale toneと日本在住韓国人群 ( $F(4,724)=12.765, p<.001$ )、vivid toneと日本人群 ( $F(4,724)=4.592, p<.01$ )、vivid toneと日本在住韓国人群 ( $F(4,724)=5.654, p<.001$ )、dark blueと文化的環境 ( $F(2,905)=5.309, p<.01$ )、dark toneと日本人群 ( $F(4,724)=3.928, p<.005$ )、dark toneと韓国人群 ( $F(4,724)=7.406, p<.001$ )、blackと文化的環境 ( $F(2,543)=4.828, p<.01$ )、無彩色と韓国人群 ( $F(2,362)=18.109, p<.001$ )、無彩色と日本人群 ( $F(2,362)=10.173, p<.001$ )、無彩色と日本在住韓国人群 ( $F(2,362)=26.245, p<.001$ ) から有意な相関がみられた。すなわち、韓国人と日本人、日本在住韓国人の3集団はそれぞれ異なる色彩選好傾向をもち、色彩選好と文化的環境との関連が有意であると解釈される。

全体的に、pale tone および vivid tone に対する選好率が高く、そのなかでは blue, green, yellow に対する選好率が高かった。purple に対する選好率が低かった。また、vivid tone のなかでは vivid green, vivid blue, vivid yellow, vivid purple, vivid red が、その順に選好率が高かった。vivid red に

対する選好が、先行研究（Eysenck, 1941；日本色彩研究所, 1993）らと比較して低かったのは、時代的・文化的変化の表れと考えられる。全体的に dark tone に対する選好は低かったが、dark blue に対する選好は低くなかった。dark yellow (olive) に対する選好は非常に低かった。3 集団において white に対する選好が高い点で一致し、先行研究（齋藤, 1992; 齋藤 1999）から示唆されたように韓国と日本の white への選好が窺われた。

韓国人と日本人、日本在住韓国人の 3 集団における特徴を比較すると、pale purple, vivid purple に対し、日本人群や日本在住韓国人群に比べ、韓国人群で高い選好がみられた。pale tone, vivid tone に対する韓国人群の選好率は他の集団より顕著に高く、特に vivid yellow に対する選好が非常に高かった。日本人群は vivid blue と vivid green に対する選好が vivid red と vivid yellow より有意に高く、dark tone に対する非選好傾向が他の集団に比べて強くはなかった。すなわち、日本人群は暗い色調に対する評価がそれほど低くないと考えられる。今回の調査においても、yellow に対する韓国人群の高い選好率、日本人群の寒色系に対する高い選好率に変化はなかった。

日本在住韓国人群は、vivid green と vivid yellow に対する選好が vivid red と vivid purple より有意に高く、韓国人群や日本人群より black, pale purple, dark red に対する選好が非常に低かった。長期間の間、韓国の環境から離れ日本の環境に置かれている日本在住韓国人群は、1 位から 3 位までの上位における色彩選好傾向は韓国人群と一致し、15 位から 18 位までの下位色彩選好傾向は日本人群と一致した（表 6）。すなわち、日本在住韓国人群は、韓国人群と日本人群という両方の色彩選好傾向をもっている一方、black, pale purple, dark red に対する選好では韓国人群や日本人群とは異なる色彩選好傾向も示していた。このように、色彩選好において、過去の文化的環境と現在の文化的環境が共に影響を及ぼしていた。すなわち、色彩選好における国民固有の特性は、環境によって変化することが示唆された。

表 6. 文化的環境による色彩選好順位比較

順位	韓国人群	日本滞在 韓国人群	日本人群
1	white	white	white
2	vivid green	vivid green	vivid blue
3	vivid yellow	vivid yellow	vivid green
4	vivid blue	pale yellow	black
5	vivid purple	pale pink	pale yellow
6	pale yellow	vivid blue	dark green
7	black	pale green	vivid yellow
8	vivid red	vivid purple	pale green
9	pale pink	vivid red	pale pink
10	pale green	pale blue	pale blue
11	dark blue	dark green	dark blue
12	pale blue	black	vivid purple
13	pale purple	dark blue	gray
14	dark green	gray	vivid red
15	dark red	dark purple	dark purple
16	dark purple	dark red	dark red
17	gray	pale purple	pale purple
18	olive	olive	olive

#### 4. 結論

本研究の結果によると、すべての色彩が人の思考スタイルと密接な関連をもっているとは言い難い。しかし、black と gray および vivid yellow を含めた vivid tone に対する色彩選好は、人の思考スタイルと強い関連性をもっていた。創造的実現が要求される hard G 思考スタイルの強い人は black, gray に対する選好が高くなる傾向があった。個人的価値観を重視 (soft B 思考) する思考傾向は pale yellow, vivid yellow に対する高い選好と関連があり、アイデアを生み出す思考 (G 思考) が強い人は vivid purple に対する選好が高くなると考えられる。

次に、韓国と日本社会 (今回調査対象であったビジネス分野) において R 系列 (R, hard R, soft R) の思考スタイルが一般的であり、G (G, hard G, soft G) 系列の思考スタイル傾向は弱い結果であった。つまり、現代の韓国と日本社会 (ビジネス分野) で必然的に求められている思考は R 系列思考の特性と関連があると推測される。一方、R 系列思考が弱い場合や G 系列 (G, hard G, soft G) 思考が強い場合は、社会 (韓国と日本における) のなかで少数派に属する孤独な立場にいる可能性も推測される。集団間の特徴としては、韓国人群のなかで soft B 思考傾向が強い群は dark tone に対する選好が高く、日本人群のなかで hard R 思考傾向が強い群は無彩色に対する選好が高かった。また、日本滞在韓国人群のなかで B 思考が強い群は無彩色に対する選好が高かった。

最後に、色彩選好における国民固有の傾向は、文化的環境によって変わる可能性が大きいことが示唆された。各集団の特徴としては、韓国人群は vivid yellow を含んだ vivid tone に対する選好が高く、日本人群は寒色系に対する選好が高かった。韓国を長期間離れ日本の環境で滞在している韓国人群は、韓国人群や日本人群とは異なる色彩選好傾向を示した。すなわち、これまでの先行研究らを通して得られた韓国人群の vivid tone に対する選好要因は、韓国人という遺伝的影響というより、韓国という環境的背景による選好傾向であると結論された。

#### 謝辞

本研究の調査方法に関して、日本大学名誉教授大山正先生にご指導いただきました。ここに記して深謝申し上げます。また調査実施にあたり、多くの被験者の方々にご協力いただきました。併せて心から感謝いたします。なおこの研究は 2007 年神奈川大学共同研究奨励助成「世界の色の記号に関する実証的研究—自然・言語・文化の諸相—」からの助成を得て行なわれたものであります。

#### 引用文献

- 車貞玖 (2005). 美術の専門的学習は色彩と形態の選好に影響を及ぼすのか. 日本大学心理学研究, 26, pp. 45-52.
- 車貞玖・野口薫 (2005). '近接' と '類同' の組み合わせが美的選好に及ぼす影響. 日本色彩学会誌, 29, Supplement, pp. 74-75.
- 車貞玖・野口薫 (2005). 色と形の組み合わせが「美的判断」と「選好」に及ぼす影響—専門的学習との関連から—. 日本基礎心理学研究, 23(2), Supplement, 233.
- 차정민・노구찌가오르 (2006). 한국과 일본 대학생들의 색채선호비교연구. 한국색채학회논문집, 20 (1), 1-9. (車貞玖・野口薫 (2006) 日本と韓国の大学生における色彩選好比較研究, 韓国色彩学会論文集, 第 20 巻第 1 号)
- 차정민・요코다마사오 (2007). 한 일 지역성과 미술의 전문적 학습이 색채선호에 미치는 영향. 한국

- 색채학회논문집, 21(4), pp. 43-52. (車貞玖・横田正夫 (2007). 韓・日の地域性と美術の専門的学習が色彩選好に及ぼす影響, 韓国色彩学会論文集, 第21巻第4号)
- 차정민・요코다마사오 (2008). 한 일 지역성과 미술의 전문적 학습이 색채감정에 미치는 영향. 한국색채학회논문집, 22(3), pp. 35-44. (車貞玖・横田正夫 (2008). 韓・日の地域性と美術の専門的学習が色彩感情に及ぼす影響, 韓国色彩学会論文集, 第22巻第3号)
- Eysenck, H. J. (1941). A critical and experimental study of colour of preference. *American Journal of Psychology*, 54, pp. 385-394.
- 緒方康二 (2003). 色彩用語事典. 東京: 日本色彩学会 (編), pp. 446-447.
- Rhodes, J., & Thame, S., (1988). *The Colours of Your mind*. Collins (金子一雄 (1991). 心の色さがし. 東京: ティビーエス・ブリタニカ出版).
- 齋藤美穂 (1992). アジアにおける色彩嗜好の国際比較研究—日韓比較・白嗜好に着目して—. 日本色彩学会誌, 16(1), pp. 1-10.
- 齋藤美穂 (1999). 日本における白嗜好とその背景—アジアにおける国際比較研究を通して—. 日本色彩学会誌, 23(3), pp. 158-167.
- 財団法人日本色彩研究所 (1993). 色彩ワンポイント5 色彩と人間. 東京: 日本規格協会, pp. 27-29.

## The relationship between the color preference and thinking style —For Korea and Japan—

Cha Jeong min, Yokota Masao \*, Mitsuboshi Muneo \*\*

### Abstract

In this research, the relationship between color preference and thinking style and that between color preference and the cultural environment was examined. 71 residents in Seoul (the native Korean group), 70 residents in Tokyo (the native Japanese group) and 70 long term residing Koreans in Tokyo (the Korean in Japan group) participated in the present research. All participants were selected from the generation of 30's to that of 50's. All of them worked for the enterprise and commercial services. The results are summarized as below.

1. There found no close relationship between color preference and thinking style, but the preference for black, gray and vivid tone was related with to hard G thinking style, that is to say, to those who take creativity as their thinking style (hard G), black and gray hues were preferred.

2. For the Korean group, soft B thinking style, inclination to judgment with subjectivity, was dominant, and for the Japanese group, hard R one, inclination to accumulation of information was dominant. On the other hand, Korean in Japan group took soft R thinking style, inclination to grasp of information. On the whole, most participants both in Korea and Japan, took strong R thinking style, inclination to fact and information, and few took G thinking style, inclination to idea and creativity.

3. Cultural environment was more strongly related to color preference than was nationality. The Korean group preferred vivid tones including vivid yellow, the Japanese group preferred cool colors like blue and green. The long term residing Koreans in Tokyo group preferred both vivid yellow and cool colors, the former being a favorite color for the native Koreans and the latter being a favorite ones for the native Japanese. Their preference to black was low.